



**PENGARUH LABELISASI HALAL, HARGA, PROMOSI  
DAN UALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN *KOREAN FOOD*  
(Studi Kasus Pada Konsumen Kedai Kitchenque  
Kecamatan Tirto Kabupaten Pekalongan)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat  
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

**BELLA MAHENDRIANA**  
NIM. 2013116282

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN  
2020**

Perpustakaan IAIN Pekalongan



Perpustakaan IAIN Pekalongan





**PENGARUH LABELISASI HALAL, HARGA, PROMOSI DAN  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN *KOREAN FOOD*  
(Studi Kasus Pada Konsumen Kedai Kitchenque  
Kecamatan Tirto Kabupaten Pekalongan)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat  
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

**BELLA MAHENDRIANA**  
2013116282

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN  
2020**

## SURAT PERNYATAAN

### KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : BELLA MAHENDRIANA  
NIM : 2013116282  
Judul skripsi : PENGARUH LABELISASI HALAL, HARGA,  
PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN *KOREAN FOOD* (STUDI  
KASUS PADA KONSUMEN KEDAI KITCHENQUE  
KECAMATAN TIRTO KABUPATEN PEKALONGAN)

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Apabila skripsi ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan dicabut gelarnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 26 Oktober 2020

Yang menyatakan



**BELLA MAHENDRIANA**  
NIM. 2013116282

## NOTA PEMBIMBING

**Drajat Stiawan, M.Si**

Perum Griya, Wiradesa Pekalongan

Lampiran : 2 (Dua) Eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Bella Mahendriana

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Pekalongan  
c.q Ketua Jurusan Ekonomi Syariah  
di  
PEKALONGAN

*Assalamu 'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara :

Nama : **Bella Mahendriana**

NIM : **2013116282**

Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul : Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian *Korean Food* (Studi Kasus Pada Konsumen Kedai Kitchenque Kecamatan Tirto Kabupaten Pekalongan)

dengan ini mohon agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

*Wassalamu 'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Pekalongan, 26 Oktober 2020

Pembimbing,



**Drajat Stiawan, M.Si**

**NIP. 198301182015031001**

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Pahlawan No. 52 Rowolaku, Kajen Pekalongan Jawa Tengah 51161

**PENGESAHAN**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri

Pekalongan mengesahkan Skripsi Saudara:

**Nama** : BELLA MAHENDRIANA  
**NIM** : 2013116282  
**Judul Skripsi** : **PENGARUH LABELISASI HALAL, HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *KOREAN FOOD* (STUDI KASUS PADA KONSUMEN KEDAI KITCHENQUE KECAMATAN TIRTO KABUPATEN PEKALONGAN)**

Telah diujikan pada Kamis, 12 November 2020 dan dinyatakan **LULUS**

sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji

Penguji I

**Dr. AM. Muh. Khafidz MS, M.Ag**  
NIP. 19780616 200312 1 003

Penguji II

**Ria Anisatus Sholihah, SE., M.S.A**  
NIP. 19870630 201801 2 001

Pekalongan, 12 November 2020  
Disahkan oleh Dekan,  
  
**Dr. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H**  
NIP. 19750220 199903 2 001





## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut:

### 1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba	B	Be
ت	ta	T	Te
ث	sa	š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	Je
ح	ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	ka dan ha
د	dal	D	De
ذ	zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	R	Er
ز	zai	Z	Zet
س	sin	S	Es
ش	syin	sy	es dan ye



ص	sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik (di atas)
غ	gain	g	ge
ف	fa	f	ef
ق	qaf	q	qi
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	el
م	mim	m	em
ن	nun	n	en
و	wau	w	we
ه	ha	h	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	ya	y	ye

## 2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
أ = a		آ = ā
إ = i	أَي = ai	إِي = ī
أ = u	أَوْ = au	أُو = ū

## 3. Ta Marbutah

*Ta marbutah* hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

مرأة جميلة      ditulis      *mar'atun jamīlah*

*Ta marbutah* mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فاطمة      ditulis      *fātimah*





#### 4. *Syaddad* (*tasydid*, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddad tersebut.

Contoh:

ربنا	Ditulis	<i>Rabbanā</i>
البر	Ditulis	<i>al-birr</i>

#### 5. Kata Sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh "huruf syamsiyah" ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس	Ditulis	<i>asy-syamsu</i>
الرجل	Ditulis	<i>ar-rajulu</i>
السيدة	Ditulis	<i>as-sayyidah</i>

Kata sandang yang diikuti oleh "huruf qamariyah" ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /l/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر	Ditulis	<i>al-qamar</i>
البدیع	Ditulis	<i>al-badī'</i>
الجلال	Ditulis	<i>al-jalāl</i>

#### 6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof '/'.

Contoh:

أمرت	Ditulis	<i>Umirtu</i>
شيء	Ditulis	<i>syai'un</i>

## PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala hidayah serta rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam selalu tercurah kepada baginda Nabi Muhammad SAW hingga nanti kelak di *yaumul akhir*.

Sebagai rasa cinta dan tanda kasih, saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tua dan kakak-kakakku

Kepada kedua orang tuaku Bapak Sukendro dan Ibu Rochmah, serta kedua kakakku Yani Indrawati dan Dwi Agus Ambodo yang selalu mendoakan, memotivasi, memberi semangat, serta tak kenal lelah untuk berjuang demi keluarga. Terimakasih atas segala kasih sayang, dorongan, nasehat, serta doa restunya.

2. Bapak Drajat Stiawan, M.Si, yang telah membimbing saya serta dengan sabar memberikan masukan terhadap penulisan skripsi ini.
3. Untuk sahabat-sahabatku, teman-temanku, terimakasih atas dukungan, semangat serta doa nya.





## MOTTO

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ ﴿٧﴾ وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ ﴿٨﴾

“Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya. Dan Barangsiapa yang mengerjakan kejahatan sebesar dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya pula”

(QS.Al-Zalzalah : 7-8)

“Kesuksesan akan sampai untuk ia yang tak pernah lalai”

(Penulis)



## ABSTRAK

Di Indonesia bisnis makanan khas Korea dikatakan menjanjikan karena mempunyai daya tarik tersendiri bagi para *Kpopers*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Labelisasi Halal, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian *Korean Food* studi kasus pada konsumen Kedai Kitchenque Kecamatan Tirto Kabupaten Pekalongan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan *Accidental Sampling* sebanyak 97 orang. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan variabel Labelisasi Halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *Korean Food* diperoleh dari  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $3,514 > 1,986$  dengan tingkat signifikansi  $0,001 < 0,05$ . Variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *Korean Food* diperoleh dari  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,057 > 1,986$  dengan tingkat signifikansi  $0,043 > 0,05$ . Variabel promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *Korean Food* diperoleh dari  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yaitu  $0,112 < 1,986$  dengan tingkat signifikansi  $0,911 > 0,05$ . Variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *Korean Food* diperoleh dari  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yaitu  $0,040 < 1,986$  dengan tingkat signifikansi  $0,968 > 0,05$ . Hasil uji  $f$  diperoleh  $f_{hitung} > f_{tabel}$  yaitu  $16,701 > 2,70$ , tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Sehingga labelisasi halal, harga, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian *Korean Food*.

**Kata Kunci:** Labelisasi Halal, Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang tiada henti-hentinya melimpahkan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian *Korean Food* (Studi Kasus: Pada Konsumen Kedai Kitchenque Kecamatan Tirto Kabupaten Pekalongan)”. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan dorongan serta bimbingan dari banyak pihak, baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Oleh karena itu, dengan segenap kerendahan hati, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag, selaku Rektor IAIN Pekalongan, yang memfasilitasi mahasiswanya dalam segala ranah selama masa studi.
2. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, SH., MH selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan, yang memudahkan mobilisasi mahasiswa FEBI selama masa studi.
3. Bapak Drajat Stiawan, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak mencurahkan tenaga dan pikirannya untuk membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.

4. Bapak M. Aris Safi'i, M.E.I, selaku Dosen wali yang sudah menjadi orangtua penulis dikampus sehingga penulis senantiasa merasakan bimbingan dalam menempuh proses pembelajaran di IAIN Pekalongan dari awal hingga selesai penulisan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan.
6. Semap Civitas Akademika IAIN Pekalongan yang telah membantu penulis dalam segala hal baik yang berkenaan dengan administratif, keamanan, sarana prasarana maupun lainnya.
7. Semua pihak yang telah berjasa dalam hidup penulis banyak memberikan motivasi yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Atas bantuan tersebut penulis tidak mampu untuk membalasnya, kecuali dengan rasa syukur, terima kasih serta iringan do'a semoga mendapat balasan dari Allah SWT. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca, serta dapat memperkaya wawasan dunia pendidikan. Aamiin.

Pekalongan, 26 Oktober 2020

Penulis,



**BELLA MAHENDRIANA**  
**NIM. 2013116282**



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN .....	ii
HALAMAN NOTA PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	v
PERSEMBAHAN.....	viii
MOTTO .....	ix
ABSTRAK.....	x
KATA PENGANTAR .....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian .....	11
D. Kegunaan Penelitian.....	12
E. Sistematika Penulisan .....	12
<b>BAB II KERANGKA TEORI</b>	
A. Landasan Teori.....	14
1. Keputusan Pembelian.....	14
2. Labelisasi Halal.....	17
3. Harga.....	19
4. Promosi .....	20
5. Kualitas Pelayanan .....	22
B. Tinjauan Pustaka .....	25
C. Kerangka Berpikir.....	31



D. Hipotesis.....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	36
B. Setting Penelitian .....	37
C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	37
D. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	39
E. Instrumen Penelitian dan Metode Pengumpulan Data.....	42
F. Metode Pengolahan dan Analisis Data .....	44
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Deskripsi Data.....	55
B. Deskripsi Instrumen .....	57
C. Analisis Data.....	60
D. Pembahasan.....	76
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Simpulan .....	84
B. Saran.....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Kuesioner Penelitian
Lampiran II	Data Mentah Kuesioner
Lampiran III	Data Identitas Responden
Lampiran IV	Hasil Uji Instrumen
Lampiran V	Hasil Uji Asumsi Klasik
Lampiran VI	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
Lampiran VII	Hasil Uji Hipotesis
Lampiran VIII	r Tabel
Lampiran IX	t Tabel
Lampiran X	f Tabel
Lampiran XI	Daftar Riwayat Hidup
Lampiran XII	Dokumentasi



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Korea Selatan adalah salah satu negara yang telah berhasil mengenalkan budayanya ke dunia Internasional melalui *Korean Wave* atau *K-pop*. Korea mulai dikenal oleh masyarakat dunia seiring dengan terkenalnya budaya *K-pop* seperti musik, drama, *style* dan film.<sup>1</sup> *Korean Wave* merupakan sebuah fenomena yang dihasilkan akibat berkembang pesatnya budaya Korea sehingga fenomena tersebut diterima publik secara luas. Fenomena merupakan hal-hal yang dapat diterangkan serta dinilai secara ilmiah dan dapat disaksikan dengan panca-indra, seperti fenomena alam atau orang serta kejadian yang menarik perhatian atau luar biasa sifatnya. *Korean Wave* merupakan istilah tersebarnya gelombang Korea secara global di berbagai negara di dunia termasuk Indonesia, dilihat dari pengertian tersebut maka *Korean Wave* dapat dikategorikan sebagai suatu fenomena.<sup>2</sup>

Di Indonesia sendiri, penyebaran budaya pop dari Korea dimulai sejak tahun 2002 setelah Piala Dunia Korea Selatan dan Jepang. Momen tersebut yang diselenggarakan di stasiun televisi Indonesia, kemudian digunakan untuk

---

<sup>1</sup> Ramita Paraswati, "Labelisasi K-Food Halal Dalam Pasar Pangan Ke Indonesia" (Yogyakarta: *Jurnal HI Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*, 2017), Hlm. 1.

<sup>2</sup> Frulyndese K. Simbar, "Fenomena Konsumsi Budaya Korea Pada Anak Muda Di Kota Manado" (Manado: *Jurnal Holistik*, No. 18, 2016), Hlm. 2.

memperkenalkan drama seri Korea Selatan atau *K-drama*.<sup>3</sup> Meningkatnya penikmat tayangan *K-drama* di Indonesia pada setiap tahunnya menjadikan tayangan *K-drama* di Indonesia terdapat sekitar 50 judul yang ditayangkan di stasiun TV swasta pada tahun 2011.

Indonesia dan Korea Selatan telah menjalin hubungan yang baik dalam berbagai bidang ekonomi dan suksesnya pengenalan budaya *K-pop* dan *K-drama* ke Indonesia, Korea Selatan mulai mengenalkan makanannya melalui acara *Korean Festival* yang diadakan di Indonesia pada tahun 2013.<sup>4</sup> Alasan mengapa *K-food* mudah diterima oleh orang Indonesia adalah terdapat kemiripan selera makanan antara orang Korea dengan orang Indonesia dimana keduanya sama-sama menyukai masakan cita rasa pedas, asin dan asam.

Tingginya antusiasme masyarakat Indonesia terhadap adanya fenomena *Korean Wafe* mulai dari musik, drama, *style* dan makanan menjadikan peluang bisnis yang menjanjikan bagi para pengusaha untuk memanfaatkan fenomena tersebut. Salah satunya banyak perusahaan dibidang kuliner yang membuka kedai makan hingga restoran Korea di Indonesia. Bisnis makanan khas Korea dikatakan menjanjikan karena walaupun harga dari makanan khas Korea relatif mahal tetapi mempunyai daya tarik tersendiri bagi para *Kpopers* untuk melakukan keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan menurut *Kpopers* hal-hal yang bersifat Korea itu akan mempunyai nilai yang lebih dan *Kpopers* akan mencari sampai kemanapun

<sup>3</sup> Idola Perdini, Farah Dhiba Putri Liany, dan Reni Nuraeni, “*K-Drama* Dan Penyebaran *Korean Wafe* Di Indonesia” (Bandung: *Jurnal Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom*, Vol.3, No.1, 2019), Hlm. 69-70.

<sup>4</sup> Ramita Paraswati, “Labelisasi K-Food Halal...”, Hlm. 2.



Di Indonesia mayoritas dari total warganya merupakan pemeluk agama Islam, maka dapat dikatakan bahwa peluang terbesar dalam memulai bisnis adalah menjadikan masyarakat muslim sebagai sasaran pasar. Dengan mayoritas penduduknya yang beragama Islam, tidak sedikit bagi para pelaku bisnis untuk mencoba membuat produk yang berlabel halal dimana dengan produk tersebut dapat menyakinkan masyarakat muslim maupun non muslim yang mengonsumsinya.

Bagi umat Islam hal yang harus diperhatikan dalam mengkonsumsi atau membeli makanan dan minuman yang paling utama adalah harus halal dan baik. Maka dari itu makanan dan minuman yang akan dikonsumsi harus terjamin kehalalannya dan kesuciannya.<sup>5</sup>

Pekalongan merupakan salah satu kota yang memiliki banyak cita rasa kuliner. Terdapat banyak restoran, kafe maupun kedai baik berjangkauan nasional maupun lokal. Dengan adanya fenomena *Korean Wave* yang menyebar keseluruh penjuru Indonesia, hal ini menjadikan munculnya minat masyarakat Pekalongan terhadap makanan khas Korea sehingga bisnis makanan khas Korea di Pekalongan merupakan peluang yang besar bagi pelaku bisnis.

Kedai Kitchenque merupakan salah satu tempat kuliner di Pekalongan yang menyajikan *Korean Food*. Kedai ini berada di Kecamatan Tirto Kabupaten Pekalongan. Lokasinya tidak jauh dari jalan raya, sehingga dapat dijangkau dengan mudah oleh konsumen. Kedai Kitchenque buka setiap hari

---

<sup>5</sup> M. Imamuddin, "Pengaruh Label Halal dan Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Mahasiswa IAIN Bukittinggi T.A 2016/2017" (Bukittinggi: *Jurnal Ekonomika Syariah IAIN Bukittinggi*, Vol.1, No.1, 2017), Hlm. 35.



mulai pukul 12:00 WIB. Meskipun bisa dikatakan kedai ini masih baru, tetapi konsumennya selalu meningkat. Menurut pengelola kedai, penjualan di kedai Kitchenque perbulannya memang tidak dapat dipastikan tetap jumlah konsumennya. Tetapi penjualan dapat mencapai 50 sampai 100 porsi per harinya bahkan dalam hari-hari tertentu bisa mencapai lebih dari 100 porsi per harinya.

Selain kedai Kitchenque, tempat kuliner di Pekalongan yang menyajikan *Korean Food* diantaranya kedai Tomyummy, kedai Borahae, dan My Chingu Cafe. Alasan penulis memilih lokasi penelitian di kedai Kitchenque adalah karena kedai ini memiliki daya tarik tersendiri dibandingkan ketiga tempat kuliner *Korean Food* tersebut karena kedai Kitchenque memiliki menu hidangan yang lebih bervariasi. Terdapat 10 menu utama yaitu Jajangpokki, Jajangmyeon, Raboki, Topoki, Bibimbap, Kimbap, Gyeranmari, Maeun Dakbal, Kimchi dan Eomukguk.

Kedai Kitchenque melakukan promosi lewat sosial media, dimana dengan promosi ini dapat menjangkau konsumen baik dari masyarakat Pekalongan sendiri maupun masyarakat luar daerah Pekalongan. Pemesanan bisa dilakukan secara online dengan sistem *delievery order*. Kedai Kitchenque juga sering berpartisipasi dalam acara festival kuliner ataupun *food bazar* yang diselenggarakan pada *event* tertentu di Pekalongan. Dengan berpartisipasi pada acara tersebut, masyarakat yang belum pernah mengonsumsi makanan khas Korea akan tertarik dan akan melakukan keputusan pembelian. Selain menyajikan makanan siap santap di kedai Kitchenque juga menjual makanan



khas Korea dalam bentuk kemasan. Konsumen dapat membelinya dan menyajikannya sendiri di rumah.

Makanan-makanan khas Korea yang dijual di kedai Kitchenque berlabel halal karena terbuat dari bahan-bahan dan bumbu-bumbu yang halal, sehingga masyarakat muslim boleh mengonsumsinya. Di kedai Kitchenque terdapat banyak menu makanan khas Korea dengan variasi harga yang berbeda-beda, disana juga menyediakan menu paket dimana konsumen mendapatkan beberapa jenis menu makanan khas Korea dengan harga yang lebih hemat.

**Tabel 1.1**  
**Daftar Menu Kedai Kitchenque**

<b>Nama Hidangan</b>	<b>Harga</b>
Jajangpokki	Rp. 16.000
Jajangmyeon	Rp. 16.000
Raboki Original	Rp. 17.000
Raboki Special	Rp. 18.000
Topoki Komplit	Rp. 17.000
Topoki Special	Rp. 18.000
Topoki Fried	Rp. 18.000
Topoki Cheese	Rp. 18.000
Chicken Bibimbap	Rp. 18.000
Kimchi Bibimbap	Rp. 18.000
Original Kimbab	Rp. 15.000
Chicken Kimbab	Rp. 17.000
Eomuk Kimbab	Rp. 15.000
Kimchi Kimbab	Rp. 17.000
Gyeranmari/Egg Roll	Rp. 10.000
Maeun Dakbal	Rp. 10.000
Kimchi	Rp. 7.000
Soup Odeng/Eomukguk	Rp. 25.000
PAKET SUPER HEMAT 1 (Topoki, Raboki, Jajangmyeon, Egg Roll, Kimbab)	Rp. 65.000
PAKET SUPER HEMAT 2 (Topoki, Raboki, Jajangmyeon, Egg Roll, Dakbal)	Rp. 60.000



PAKET SUPER HEMAT 3 (Topoki, Bibimbap, Jajangmyeon, Egg Roll, Dakbal)	Rp. 64.000
PAKET HEMAT 1 (Topoki, Jajangmyeon, Kimbab)	Rp. 45.000
PAKET HEMAT 2 (Topoki, Jajangmyeon, Raboki)	Rp. 47.000
PAKET HEMAT 3 (Raboki, Jajangmyeon, Kimbab)	Rp. 45.000
PAKET MURMER 1 (Jajangmyeon, Egg Roll)	Rp. 24.000
PAKET MURMER 2 (Jajangmyeon, Dakbal)	Rp. 24.000
PAKET MURMER 3 (Jajangmyeon, Kimbab)	Rp. 29.000
PAKET POKKI 1 (Topoki, Kimbab)	Rp. 30.000
PAKET POKKI 2 (Topoki, Egg Roll)	Rp. 25.000
PAKET POKKI 3 (Topoki, Dakbal)	Rp. 25.000
PAKET CHINGU 1 (Topoki, Jajangmyeon)	Rp. 31.000
PAKET CHINGU 2 (Topoki, Raboki)	Rp. 32.000
PAKET CHINGU 3 (Bibimbap, Jajangmyeon)	Rp. 34.000
Es Teh	Rp. 3.000
Teh Panas	Rp. 3.000
Milo	Rp. 5.000
Air Mineral	Rp. 3.000
Es Jeruk	Rp. 4.000
Lemonnade	Rp. 6.000

Sumber: <https://www.dimanaja.com/place/48172/kitchenque-pembangunan>

Sebagai umat Islam diwajibkan memakan makanan yang halal. Bagi masyarakat umum terlebih umat Islam, pengetahuan mengenai makanan dan minuman yang halal atau haram sangatlah penting. Hal tersebut sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Halal atau tidak merupakan suatu keamanan pangan yang sangat mendasar bagi umat Islam. Konsumen terutama

konsumen muslim akan cenderung memilih produk yang telah dinyatakan halal karena produk yang telah dinyatakan halal cenderung lebih aman dan terhindar dari kandungan zat berbahaya.<sup>6</sup> Label halal menjadi salah satu faktor penting yang menjadi pertimbangan konsumen dalam menentukan keputusan pembelian.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fina Rizqia berjudul “Pengaruh Labelisasi Halal, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian *Halal Food* (Studi Kasus di Studio *Foodcourt* Tunjungan Plaza Surabaya)” pada tahun 2018 dan penelitian yang dilakukan oleh Husnul Tafjirah yang berjudul ”Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembeli Produk KFC (Studi Pada KFC Hertasning di Kota Makassar) pada tahun 2017 menyatakan hasil bahwa terdapat pengaruh antara variabel labelisasi halal dengan keputusan pembelian. Hal tersebut mendorong peneliti untuk meneliti apakah terdapat pengaruh antara labelisasi halal terhadap keputusan pembelian *Korean Food* di kedai Kitchenque.

Selain labelisasi halal, dalam memilih produk konsumen juga memperhatikan persoalan harga produk itu sendiri. Harga juga termasuk salah satu faktor konsumen dalam menentukan keputusan pembelian pada suatu produk. Harga dapat diartikan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen karena

---

<sup>6</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), Hlm. 209-210.





memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut serta merasakan manfaat-manfaat dari produk tersebut.<sup>7</sup> Di kedai Kitchenque harga per hidangan yang ditawarkan kepada konsumen tidak jauh berbeda dengan tempat kuliner *Korean Food* lain. Dengan harga dibawah 25 ribu konsumen dapat merasakan hidangan yang ada di kedai Kitchenque.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tri Widodo dengan judul "Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Indomie (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)" pada tahun 2015 dan penelitian yang dilakukan oleh Asy'arie Muhammad yang berjudul "Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, Promosi, dan Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie Samyang di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta" pada tahun 2018 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel harga terhadap keputusan pembelian. Apabila harga yang ditawarkan kepada konsumen terjangkau maka memiliki peluang besar dalam mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Hal tersebut mendorong peneliti untuk meneliti apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Korean Food* di kedai Kitchenque.

Selain harga, dengan adanya promosi suatu produk dapat dikenal dan berkembang secara luas. Kegiatan promosi dapat mendorong konsumen agar tertarik untuk melakukan keputusan pembelian. Strategi promosi yang kedai

---

<sup>7</sup> Tri Widodo, "Pengaruh Labelisasi Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Pada Produk Indomie (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)", *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, (Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015), Hlm. 3.



Kitchenque lakukan adalah melalui sosial media Instagram. Dengan memposting gambar hidangan serta testimoni para pelanggan agar konsumen lain percaya dan tertarik untuk melakukan keputusan pembelian *Korean Food*.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Irma Febriyani dengan judul “Pengaruh Label Halal dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Pada Mahasantri *Ma’had Al-Jami’ah Ulil Al-Absar*” pada tahun 2018 dan penelitian yang dilakukan oleh Dayu Rizki Tantia yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Makanan Cepat Saji KFC Coffee Kedaton Bandar Lampung” pada tahun 2017 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel promosi terhadap keputusan pembelian. Apabila suatu promosi yang dilakukan dapat dikatakan baik, maka tingkat keputusan pembelian akan tinggi, begitu pula sebaliknya. Hal tersebut mendorong peneliti untuk meneliti apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Korean Food* di kedai Kitchenque.

Selain faktor labelisasi halal, harga, dan promosi. Kualitas pelayanan juga menjadi salah satu faktor penting dalam mendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Terdapat 2 penilaian yang mempengaruhi keputusan pembelian dilihat dari pelayanan yang diterima ataupun pelayanan kepada konsumen. Pelayanan yang memuaskan serta sesuai dengan kebutuhan



dan keinginan konsumen menjadi peran penting yang bisa berpengaruh baik terhadap keputusan pembelian.<sup>8</sup>

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Frety Rakhmawati berjudul "Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Pelayanan, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Hoka-Hoka Bento di Mall Malioboro Yogyakarta" pada tahun 2016 dan penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani Dwi Lestari yang berjudul "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Gulai Kepala Ikan Bank Jo" pada tahun 2017 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian. Hal tersebut mendorong peneliti untuk meneliti apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Korean Food* di kedai Kitchenque.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti seberapa besar pengaruh labelisasi halal, harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian *Korean Food* di Kedai Kitchenque. Penelitian ini berjudul "**Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian *Korean Food* (Studi Kasus Pada Konsumen Kedai Kitchenque Kecamatan Tirto Kabupaten Pekalongan)**".

---

<sup>8</sup> Fina Rizqia, "Pengaruh Labelisasi Halal, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian *Halal Food* (Studi Kasus Di Studio *Foodcourt* Tunjungan Plaza Surabaya)", *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam*, (Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2018), Hlm. 8.



## B. Rumusan Masalah

1. Apakah labelisasi halal berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian *Korean Food*?
2. Apakah harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian *Korean Food*?
3. Apakah promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian *Korean Food*?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian *Korean Food*?
5. Apakah labelisasi halal, harga, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian *Korean Food*?

## C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian *Korean Food*.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *Korean Food*.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian *Korean Food*.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian *Korean Food*.
5. Untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal, harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian *Korean Food*.



#### D. Kegunaan Penelitian

##### 1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman tentang pengaruh labelisasi halal, harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian *Korean Food*. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi sebagai literatur untuk penelitian selanjutnya.

##### 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi para pengusaha khususnya dibidang kuliner agar dapat merumuskan strategi pemasaran yang baik untuk memajukan usahanya.

#### E. Sistematika Penulisan

##### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab I membahas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

##### **BAB II KERANGKA TEORI**

Bab II membahas landasan teori, tinjauan pustaka, kerangka berpikir dan hipotesis.

##### **BAB III METODELOGI PENELITIAN**

Bab III membahas jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional variabel, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, instrumen

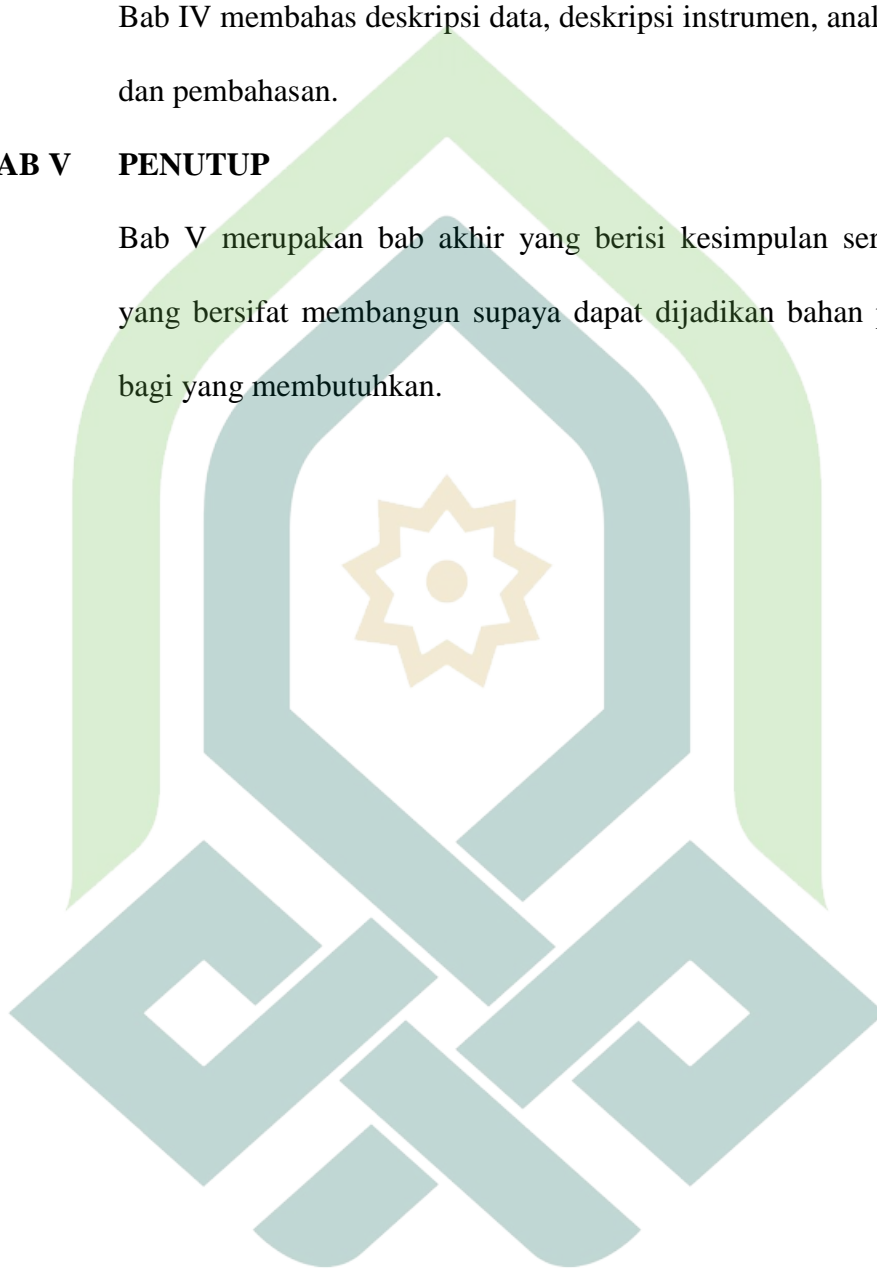
penelitian dan metode pengumpulan data, metode pengolahan dan analisis data.

#### **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Bab IV membahas deskripsi data, deskripsi instrumen, analisis data dan pembahasan.

#### **BAB V PENUTUP**

Bab V merupakan bab akhir yang berisi kesimpulan serta saran yang bersifat membangun supaya dapat dijadikan bahan panduan bagi yang membutuhkan.





## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka terdapat kesimpulan sebagai berikut.

1. Labelisasi Halal berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian *Korean Food*. Hal ini sesuai dengan hasil uji t untuk variabel labelisasi halal (X1) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  yaitu  $3,514 > 1,986$  dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,001.
2. Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian *Korean Food*. Hal ini sesuai dengan hasil uji t untuk variabel harga (X2) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  yaitu  $2,057 > 1,986$  dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,043.
3. Promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian *Korean Food*. Hal ini sesuai dengan hasil uji t untuk variabel promosi (X3) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil dari nilai  $t_{tabel}$  yaitu  $0,112 < 1,986$  dengan tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu 0,911.
4. Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian *Korean Food*. Hal ini sesuai dengan hasil uji t untuk variabel kualitas pelayanan (X4) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil

dari nilai  $t_{\text{tabel}}$  yaitu  $0,040 < 1,986$  dengan tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu 0,968.

5. Labelisasi Halal, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian *Korean Food*. Hal ini sesuai dengan hasil uji  $f$ , diperoleh nilai  $f_{\text{hitung}}$  lebih besar dari nilai  $f_{\text{tabel}}$  yaitu  $16,701 > 2,70$  dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000.

#### **B. Saran**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut.

1. Bagi para pengusaha khususnya dibidang kuliner disarankan agar dapat merumuskan strategi pemasaran yang baik untuk memajukan usahanya. Salah satunya dengan memberikan label halal produk yang akan dijual, menetapkan harga yang sesuai, melakukan promosi secara menarik dan memberikan kualitas pelayanan dengan baik agar dapat mendorong konsumen melakukan keputusan pembelian.
2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menambah variabel independen lain karena terdapat banyak kemungkinan variabel-variabel lain yang memiliki pengaruh lebih besar terhadap keputusan pembelian. Serta pada hasil penelitian ini variabel promosi dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian maka disarankan pula untuk



peneliti selanjutnya agar menggunakan metode lain supaya pada hasil penelitian nantinya dapat terlihat lebih valid.





## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Azwar, Saifudin. 1999. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Cooper, Donald R. Dan C. William Emory. 1996. *Metode Penelitian Bisnis. Terjemahan Ellen G. Sitompul Dan Imam Nurmawan. Ed. 5, Cet. 4*. Jakarta: Erlangga.
- Edi Wibowo, Agung. 2012. *Aplikasi Praktis Spss Dalam Penelitian*. Yogyakarta: Gramedia.
- Fauzi, Mohammad. 2009. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Sebuah Pengantar*. Semarang: Walisongo Press.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss 19*. Semarang: Bpud.
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Huda, Nurul Dkk. 2017. *Pemasaran Syariah Teori Dan Aplikasi*. Jakarta: Kencana.
- Indriyanto, Nur Dan Bambang Supomo. 1999. *Metode Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen*. Yogyakarta: Bpfe.
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran (Analisis Perencanaan Dan Implementasi Dan Kontrol, Jilid I Edisi 12)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip Dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran (Alih Bahasa Bob Sabran M.M. Edisi Bahasa Indonesia. Jilid 1 Dan 2)*. Jakarta: Erlangga.



- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Latan, Hengky Dan Selva Temalagi. 2013. *Analisis Multivariate Teknik Dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Mamang, Etta Dan Sopiah. 2010. *Metodelogi Penelitian Pendekatan Praktis Dalam Penelitian*. Yogyakarta: Cv Andi Offset.
- Martono, Nanang. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada.
- Morissan. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Pelu, Muhammad Elmi As. 2009. *Label Halal: Antara Spiritual Bisnis Dan Komoditas Agama*. Malang: Madani.
- Santoso, Singgih. 2010. *Statistik Parametrik*. Jakarta: Pt Elex Media Komputindo.
- Sarmadi, Sukris. 2012. *Spiritualitas Bisnis Mencari Ridho Ilahi*. Yogyakarta: Cv Aswaja Pressindo.
- Simamora, Henry. 2000. *Basis Pengambilan Keputusan Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Siregar, Sofyan. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Stanton, William J. 1996. *Prinsip Pemasaran Edisi Ketujuh Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Staton, William J. Dan Yohanes Lamarto. 2004. *Prinsip Pemasaran Edisi Dua Belas Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.



Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Suharsaputra, Uhar. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Tindakan*. Bandung: Pt. Refika Aditama.

Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Umar, Husein. 2002. *Research Metods In Finance And Banking*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Walker, Boyd L. 1997. *Manajemen Pemasaran (Jilid 1 Alih Bahasa Oleh Imam Nurmawan)*. Jakarta: Erlangga.

Qardawi, Yusuf. 2007. *Halal Dan Haram Dalam Islam*. Surakarta: Era Intermedia.

Yusuf, Muri. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.

#### **Jurnal :**

Amrullah, Pamasang S. Siburian dan Saida Zainurossalamia ZA. "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda". *Jurnal Ekonomi dann Manajemen Universitas Mulawarman*. Vol. 13, No.2, 2016). Hlm. 99-118.

Bulan, Tengku Putri Lindung. "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Sosis Di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang". *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*. Vol. 5. No. 1. Hlm. 430-439.



- Imamuddin, M. 2017. "Pengaruh Label Halal Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Mahasiswa Iain Bukittinggi T.A 2016/2017". *Jurnal Ekonomika Syariah*. Vol. 1. No. 1. Hlm. 34-47.
- Nasution, Herlina, Chiorul Maksum Dan Derriawan. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Customer Serta Dampaknya Pada Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Maskapai Pt. Lion Air Jakarta)", *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen*, Vol. 3. No. 2. Hlm. 175-191.
- Nugraha, Ranu, Dkk. 2017. "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen (Survey Pada Mahasiswa Muslim Konsumen Mie Samyang Berlogo Halal Korean Muslim Federation Di Kota Malang)". *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 50. No. 5. Hlm. 113-120.
- Nugrahaningsih, Hartanti Dan Dewangga Oktavianto. 2017. "Pengaruh Word Of Mouth Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Moderating Di Kedai Es Krim Nevatara Tanjung Priok". *Jurnal Online Internasional & Nasional*, Vol. 20, No.1. Hlm. 15-25.
- Paraswati, Ramita. 2017. "Labelisasi K-Food Halal Dalam Pasar Pangan Ke Indonesia". *Jurnal Hi*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Hlm. 1-3.
- Perdini, Idola, Farah Dhiba Putri Liany, Dan Reni Nuraeni. 2019. "K-Drama Dan Penyebaran Korean Wafe Di Indonesia". *Jurnal Fakultas Komunikasi Dan Bisnis*. Vol.3 No.1. Hlm. 68-80.
- Prabani, Anggun, Budi Heryanto dan Puji Astuti. "Pengaruh Promosi Penjualan dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Kecantikan Wardah di Toserba Borobudur Kediri" *JIMEK*. Vol. 1, No. 2, 2018) Hlm. 259-270.



Simbar, Frulyndese K. 2016. "Fenomena Konsumsi Budaya Korea Pada Anak Muda Di Kota Manado", *Jurnal Holistik*, No. 18. Hlm. 1-20.

**Skripsi :**

Demanda, Festy Oktavin. 2018. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian di Throwback Coffee + Kitchen Cikarang". *Skripsi*. President University.

Febriyani, Irma. 2018. "Pengaruh Label Halal Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Pada Mahasantri Ma'had Al-Jami'ah Ulil Al-Absar". *Skripsi*. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

Helmiyatul, Siti. 2016. "Gaya Hidup Komunitas Korean Pop Shawol Di Kota Yogyakarta". *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Lestari, Ramadhani Dwi. 2017. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Gulai Kepala Ikan Bank Jo". *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Lubis, Faradillah. 2017. "Pengaruh Labelisasi Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang Pada Masyarakat Kota Palembang". *Skripsi*. UIN Raden Fatah Palembang.

Maspupah. 2019. "Pengaruh Religiusitas Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Pada Produk Makanan Dan Minuman Halal Dalam Kemasan Di Desa Jatingarang Kecamatan Bodeh Kabupaten Pemalang". *Skripsi*. Institut Agama Islam Negeri Pekalongan.

Muhammad, Asy' Arie. 2018. "Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, Promosi Dan Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie Samyang Di Uin Syarif Hidayatullah Jakarta". *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.



- Munadiansyah, Futra. 2019. "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Mie Impor Korea (Studi Pada Masyarakat Di Provinsi Lampung)". *Skripsi*. Universitas Lampung.
- Rakhmawati, Frety. 2016. "Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Pelayanan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Hoka-Hoka Bento Di Mall Malioboro Yogyakarta". *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Purworejo.
- Rizqia, Fina. 2018. "Pengaruh Labelisasi Halal, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Halal Food (Studi Kasus Di Studio Foodcourt Tunjungan Plaza Surabaya)". *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Syahrial, Yusroni Akhmad. 2015. "Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Pada UD. Aneka Karya Glass di Surakarta". *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Taffirah, Husnul. 2017. "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembeli Produk Kfc (Studi Kasus Pada Kfc Hertasning Di Kota Makassar)". *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Tantia, Dayu Rizki. 2017. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Makanan Cepat Saji Kfc Coffee Kedaton Bandar Lampung". *Skripsi*. Universitas Lampung.
- Widodo, Tri. 2015. "Pengaruh Labelisasi Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Pada Produk Indomie (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)". *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.



*Lampiran I*

## KUESIONER PENELITIAN

### **Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian *Korean Food* (Studi Kasus Pada Kedai Kitchenque Kecamatan Tirto Kabupaten Pekalongan)**

*Assalamualaikum Wr. Wb*

Dengan Hormat,

Saya Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN. Berkaitan dengan penyusunan skripsi yang sesuai dengan judul **“Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian *Korean Food* (Studi Kasus Pada Kedai Kitchenque Kecamatan Tirto Kabupaten Pekalongan)”**, saya mohon dengan hormat kepada Saudara/Saudari untuk mengisi kuesioner yang terdiri dari beberapa pertanyaan dan pernyataan secara lengkap dan jujur. Semua jawaban yang diterima sebagai hasil kuesioner ini akan dijaga kerahasiaannya.

Atas bantuan dan kerjasamanya saya mengucapkan terima kasih.

*Wassalamualaikum Wr. Wb*

Peneliti

Bella Mahendriana

NIM 2013116282





### Identitas Responden

1. Nama :
2. Alamat :
3. Jenis Kelamin\* : a. Laki-laki b. Perempuan
4. Usia\* : a. < 17 Tahun b. 17 – 25 Tahun  
c. 26 – 35 Tahun d. > 35 Tahun
5. Pekerjaan :

\*Berilah tanda *check list* (X) pada jawaban yang sesuai dengan Saudara/Saudari

### Petunjuk Pengisian

1. Berilah tanda centang (√) pada jawaban yang Saudara/Saudari anggap paling sesuai dan mohon mengisi bagian yang membutuhkan jawaban tertulis.
2. Setelah mengisi kuesioner ini mohon Saudara/Saudari dapat memberikan kembali kepada yang menyerahkan kuesioner ini.
3. Keterangan Alternatif Jawaban dan Skor (Skala Likert) :
  - a) STS = Sangat Tidak Setuju (1)
  - b) TS = Tidak Setuju (2)
  - c) N = Netral (3)
  - d) S = Setuju (4)
  - e) SS = Sangat Setuju (5)



### Daftar Angket Penelitian

#### Variabel Labelisasi Halal

No.	PERNYATAAN	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1	Saya mencari informasi tentang kehalalan <i>Korean Food</i> di Kedai Kitchenque.					
2	Dengan adanya labelisasi halal mempermudah saya mengetahui mutu produk makanan.					
3	Dengan adanya labelisasi halal, saya yakin bahan baku pembuatan <i>Korean Food</i> di Kedai Kitchenque sesuai standar halal.					
4	Dengan adanya labelisasi halal, saya yakin proses pembuatan <i>Korean Food</i> di Kedai Kitchenque dibuat secara halal.					
5	Dengan adanya labelisasi halal, saya percaya bahwa efek dari mengonsumsi <i>Korean Food</i> tidak mengganggu kesehatan.					
6	Labelisasi halal menjadi salah satu faktor pertimbangan saya dalam membeli <i>Korean Food</i> .					

#### Variabel Harga

No.	PERNYATAAN	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1	Harga <i>Korean Food</i> di Kedai Kitchenque terjangkau.					
2	Keterjangkauan harga menjadi salah					



	satu faktor pertimbangan saya dalam membeli <i>Korean Food</i> .					
3	Harga <i>Korean Food</i> di Kedai Kitchenque sesuai dengan rasa hidangannya.					
4	Harga <i>Korean Food</i> di Kedai Kitchenque sesuai dengan manfaat yang saya rasakan.					
5	Kesesuaian harga dengan kualitas produk makanan membuat saya yakin untuk membeli <i>Korean Food</i> .					
6	Daya saing harga <i>Korean Food</i> di kedai Kitchenque lebih murah dibandingkan kedai lainnya.					
7	Harga <i>Korean Food</i> yang murah akan lebih membuat saya tertarik untuk membelinya.					

#### Variabel Promosi

No.	PERNYATAAN	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1	Kedai Kitchenque sering melakukan promosi lewat sosial media.					
2	Promosi melalui sosial media membuat saya lebih tertarik untuk membeli <i>Korean Food</i> .					
3	Promosi yang dilakukan Kedai Kitchenque melalui sosial media sesuai dengan realita.					
4	Kedai Kitchenque sering melakukan promosi secara langsung (tatap					

	muka).					
5	Promosi secara langsung (tatap muka) lebih mampu membujuk saya untuk membeli <i>Korean Food</i> .					
6	Promosi yang dilakukan Kedai Kitchenque secara langsung (tatap muka) tidak tersebar secara luas.					
7	Kedai Kitchenque sering memberikan diskon maupun <i>giveaway</i> .					
8	Promosi dengan memberikan diskon maupun <i>giveaway</i> membuat saya lebih tertarik untuk membeli <i>Korean Food</i> .					

#### Variabel Kualitas Pelayanan

No.	PERNYATAAN	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1	Kedai Kitchenque memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan.					
2	Pelayan di Kedai Kitchenque tanggap dalam memberikan pelayanan.					
3	Pelayan di Kedai Kitchenque cepat dalam menyajikan makanan.					
4	Pelayan di Kedai Kitchenque ramah, sopan dan rapih dalam melayani konsumen					
5	Pelayan di Kedai Kitchenque memiliki pengetahuan yang luas mengenai <i>Korean Food</i> .					
6	Kedai Kitchenque memberikan					





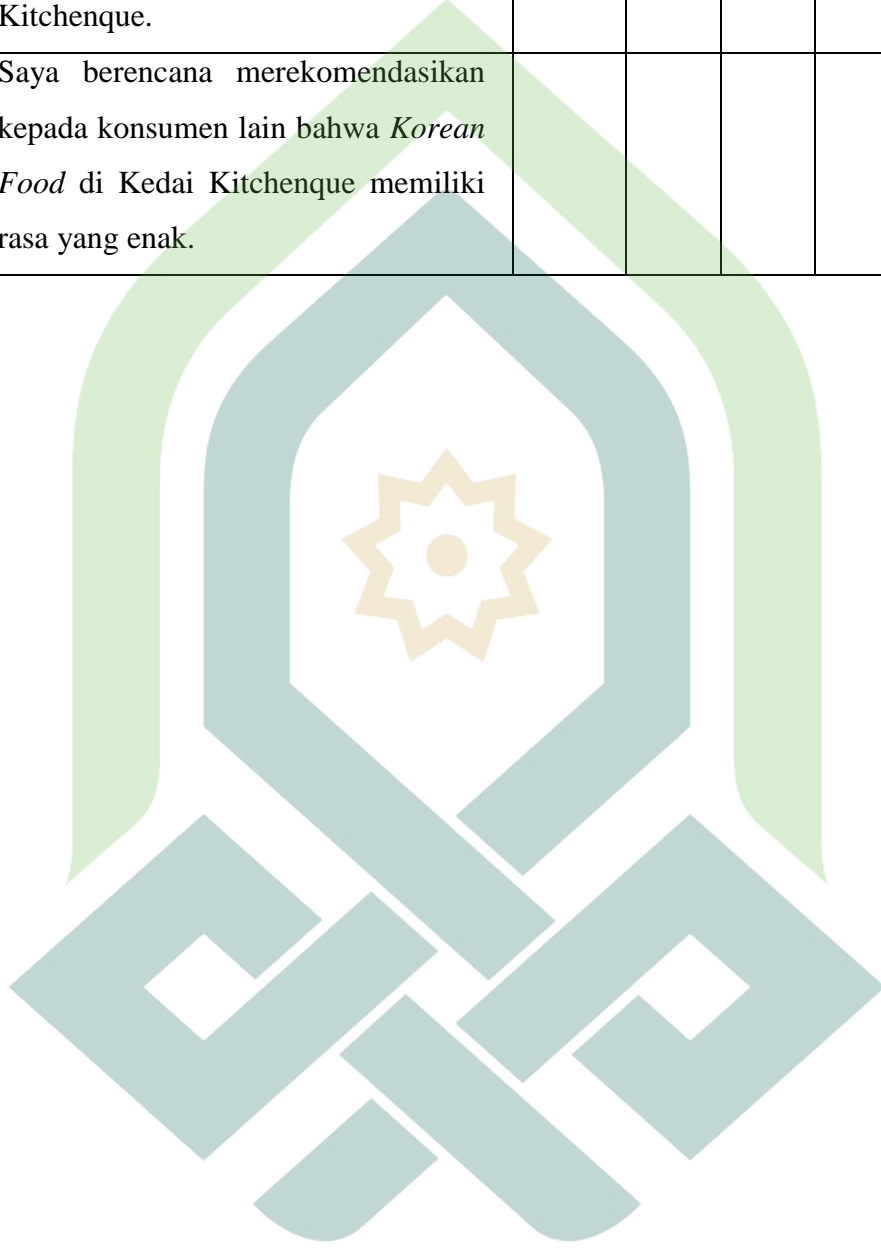
	perhatian kepada setiap kebutuhan konsumen.					
7	Kedai Kitchenque memberikan fasilitas tempat yang aman dan nyaman kepada konsumen.					
8	Tempat Kedai Kitchenque kurang menarik.					

### Variabel Keputusan Pembelian

No.	PERNYATAAN	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1	Saya membeli <i>Korean Food</i> di Kedai Kitchenque karena sesuai dengan kebutuhan saya.					
2	Saya membeli <i>Korean Food</i> di Kedai Kitchenque karena rasanya enak.					
3	Saya membeli <i>Korean Food</i> di Kedai Kitchenque karena halal.					
4	Saya mencari informasi tentang kehalalan <i>Korean Food</i> di Kedai Kitchenque.					
5	Saya membeli <i>Korean Food</i> di Kedai Kitchenque karena penasaran ingin mencobanya.					
6	Saya lebih memilih untuk membeli <i>Korean Food</i> di Kedai Kitchenque daripada kedai lain.					
7	Saya merasa puas setelah membeli <i>Korean Food</i> di Kedai Kitchenque.					
8	Saya memilih untuk membeli <i>Korean Food</i> di Kedai Kitchenque adalah					

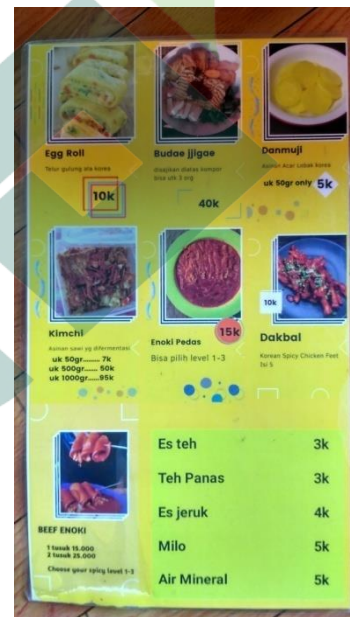


	keputusan yang tepat.					
9	Saya ingin melakukan pembelian ulang <i>Korean Food</i> di Kedai Kitchenque.					
10	Saya berencana merekomendasikan kepada konsumen lain bahwa <i>Korean Food</i> di Kedai Kitchenque memiliki rasa yang enak.					



Lampiran XII

DOKUMENTASI



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Bella Mahendriana  
NIM : 2013116282  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat Tanggal Lahir : Pecalang, 22 April 1998  
Alamat : Desa Kapangsari Petarukan Rt. 03 Rw. 05  
Kecamatan Petarukan Kabupaten Pecalang  
Nama Orang Tua : Bapak Sukendro dan Ibu Rochmah  
Riwayat Pendidikan :  
1. TK Pertiwi 01 Tahun 2004-2005  
2. SD N 09 Petarukan Tahun 2005-2010  
3. SMP N 4 Taman Tahun 2010-2013  
4. MAN 2 Pecalang Tahun 2013-2016  
5. IAIN Pecalang Tahun 2016-2020

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pecalang, 26 Oktober 2020



**Bella Mahendriana**

**NIM. 2013116282**





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN  
 UNIT PERPUSTAKAAN

Jl.Kusuma bangsa No.9 Pekalongan.Telp.(0285) 412575 Faks (0285) 423418  
 Website :perpustakaan iain-pekalongan.ac.id |Email : perpustakaan@iain  
 pekalongan. ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
 KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika IAIN Pekalongan, yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : **BELLA MAHENDRIANA**

NIM : **2013116282**

Jurusan/Prodi : **EKONOMI SYARIAH**

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada  
 Perpustakaan IAIN Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Tugas Akhir  Skripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)

**“PENGARUH LABELISASI HALAL, HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS  
 PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *KOREAN FOOD* (STUDI  
 KASUS PADA KONSUMEN KEDAI KITCHENQUE KECAMATAN TIRTO  
 KABUPATEN PEKALONGAN)”**

beserta perangkat yang di perlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksektif ini  
 Perpustakaan IAIN Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan,  
 mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan  
 menampilkan/mempublikasikannya lewat internet atau media lain secara **fulltext** untuk  
 kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama  
 saya sebagai penulis/pencipta atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan  
 IAIN Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta  
 dalam karya ilmiah saya ini

Dengan demikian ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, November 2020



**BELLA MAHENDRIANA**  
 NIM. 2013116282

NB: Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani  
 Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam cd.